Inhaltsübersicht

A. Untersuchungsgegenstand und Erkenntnisinteressen 23

I. Einführung 23

II. Wesentliche Erkenntnisinteressen 24

III. Erscheinungsformen von User-Generated Content 29

IV. Unterschiedliche Grade des Nutzerengagements 36

V. Unterschiedliche Grade von Zugänglichkeit 37

VI. Plattformen und deren (aktive und passive) Nutzer 37

VII. Gang der Untersuchung 38

B. Die Pflichtangaben der §§ 5 Abs. 1 TMG, 55 Abs. 1 und 2 RStV 39

I. Vorprägung durch Art. 5 Abs. 1 ECRL 39

II. Modus der Angaben 41

III. Die einzelnen Angaben 50

IV. Konsequenzen bei Nichtbeachtung der §§ 5 TMG, 55 RStV 69

V. Fazit 78

C. Grundrechtlicher Rahmen der Informationspflichten 79

I. Maßstab 79

II. Betroffenheit von Grundrechten durch Informationspflichten 81

III. Schrankenregelungen 155

IV. Grundrechtlicher Konfliktausgleich 157

D. Die Tatbestandsvoraussetzungen der §§ 5 TMG, 55 RStV 228

I. Vorprägung der Tatbestandsvoraussetzungen durch Art. 5 Abs. 1 ECRL 228

II. Anbieter von Telemedien 229

III. Geschäftsmäßigkeit 265

IV. Entgeltlichkeit 275

V. Persönlichen oder familiären Zwecken dienende Telemedien 317

VI. Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten 343

VII. Verhältnis der Vorschriften zueinander 399

E. Ausblick 403

F. Zusammenfassung 406

I. Untersuchungsgegenstand und Erkenntnisinteressen 406

II. Die Informationspflichten der §§ 5 Abs. 1 TMG, 55 Abs. 1 und 2 RStV. 407

III. Grundrechtlicher Rahmen der Informationspflichten 407

IV. Die Tatbestandsvoraussetzungen der Informationspflichten 410

Literaturverzeichnis 416

Inhaltsverzeichnis

A. Untersuchungsgegenstand und Erkenntnisinteressen 23

I. Einführung 23

II. Wesentliche Erkenntnisinteressen 24
1. Hybride Online-Kommunikation vs. klassische rechtliche Grenzbegriffe 24
2. Anonymität und Pseudonymität vs. Informationspflichten 26

III. Erscheinungsformen von User-Generated Content 29
1. Foren 29
2. Social Networks 30
3. Multimedia Content Sharing-Plattformen 31
4. (We)Blogs und multimediale Varianten 32
5. Microblogs 33
6. Wikis 33
7. Handelsplattformen 34
8. Bewertungsplattformen 35

IV. Unterschiedliche Grade des Nutzerengagements 36

V. Unterschiedliche Grade von Zugänglichkeit 37

VI. Plattformen und deren (aktive und passive) Nutzer 37

VII. Gang der Untersuchung 38

B. Die Pflichtangaben der §§ 5 Abs. 1 TMG, 55 Abs. 1 und 2 RStV 39

I. Vorprägung durch Art. 5 Abs. 1 ECRL 39

II. Modus der Angaben 41
1. Maßstab des Durchschnittsnutzers als Durchschnittsverbraucher 41
2. Leichte Erkennbarkeit 42
3. Unmittelbare Erreichbarkeit 47
4. Ständige Verfügbarkeit 49

III. Die einzelnen Angaben 50

1. Name und Anschrift des Anbieters 50
2. Zusätzliche Pflichtangaben im Fall von Gesellschaften als Anbieter .. 52
3. Schnelle elektronische Kontaktaufnahme und unmittelbare Kommunikation ermöglichende Angaben 53
4. Sonstige Pflichtangaben gemäß § 5 Abs. 1 TMG 58
5. Benennung eines Verantwortlichen nach § 55 Abs. 2 RStV 58
a) Position des Verantwortlichen 59
b) Anforderungen an den Verantwortlichen 59
c) Rechtliche Relevanz der Benennung 60
aa) Strafrecht 60
bb) Zivilrecht 66
cc) Öfffentliches Recht 68

IV. Konsequenzen bei Nichtbeachtung der §§ 5 TMG, 55 RStV 69
1. Wettbewerbsrecht 69
a) Geschäftliche Handlung 69
b) Verletzung einer Marktverhaltensregelung 70
c) Erheblichkeit des Wettbewerbsverstoßes 72
d) Haftung von Plattformbetreibern für fehlerhafte oder fehlende Anbieterkennzeichnung der Nutzer 75
2. Ordnungswidrigkeitenrecht 77

V. Fazit 78

C. Grundrechtlicher Rahmen der Informationspflichten 79

I. Maßstab 79

II. Betroffenheit von Grundrechten durch Informationspflichten 81
1. Allgemeines Persönlichkeitsrecht der Telemedienanbieter 81
a) Sachlicher Schutzbereich 81
aa) Informationelle Selbstbestimmung 82
bb) Recht auf (autonome) Selbstdarstellung 83
cc) Schutz des privaten Lebensbereiches 87
dd) Fazit 90
b) Verhältnis zu anderen Grundrechten 91
aa) Kommunikationsfreiheiten 91
bb) Wirtschaftsfreiheiten 92
c) Fazit 93
2. Meinungsfreiheit 94
a) Abgrenzung zu Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG 94
b) Meinungen als Schutzgegenstand 96
c) Schutz von Äußerungen ohne erkennbaren Urheber 98

d) Schutz des anonymen Äußerns ... 102
aa) Ausgangspunkt: Freiheit in Wahl von Umständen und Form der Kommunikation ... 103
bb) Schutz jedes Zwecks einer Identitätsverschleierung? ... 105
e) Schutz der Verwendung eines fremden Namens ... 109
f) Negative Meinungsfreiheit ... 110
g) Fazit ... 111
3. Rundfunkfreiheit ... 112
a) Schutzgegenstand ... 112
aa) Rezipientenkreis ... 112
(1) Beschaffenheit ... 113
(2) Kein manifestierter Wille zur Nichtöffentlichkeit ... 117
(3) Tatsächliche Reichweite ... 119
(4) Fazit ... 119
bb) Relevanz des Verbreitungsmediums ... 119
(1) Abgrenzung zwischen Rundfunk und Presse ... 120
(2) Medienbedingter Ausschluss unmittelbaren Kontakts ... 123
cc) Darbietung ... 123
(1) Interaktionsmöglichkeiten des Nutzers ... 124
(2) Besondere inhaltliche Merkmale? ... 126
(a) Publizistische Relevanz ... 126
(b) Meinungsrelevanz ... 127
(c) Redaktionelle Bearbeitung der Inhalte ... 128
(d) Vom Anbieter ausgewählte Inhalte ... 128
(e) Ablehnung jeglicher inhaltsbezogener Einschränkung ... 129
(f) Stellungnahme und Fazit ... 129
dd) Fazit ... 130
b) Betroffenheit des Schutzbereiches ... 130
aa) Die Benennung eines Verantwortlichen nach § 55 Abs. 2 RStV ... 131
bb) Relevanz der Informationspflichten nach §§ 5 Abs. 1 TMG, 55 Abs. 1 RStV für die Vermittlung von Inhalten durch Rundfunk ... 133
(1) Der verfassungsrechtliche „Content-Provider“ ... 133
(a) Treffen der Veröffentlichungsentscheidung als zentrale geschützte Tätigkeit ... 133
(b) Situation bei UGC-Plattformen ... 136
(c) Berührung des Schutzbereichs durch Informationspflichten ... 137
(2) Intermediärfunktion des Plattformbetreibers jenseits der Veröffentlichungsentscheidung ... 138
(a) Die Tätigkeit des Plattformbetreibers als eigenständiger Gewährleistungsgehalt der Rundfunkfreiheit ... 139

(b) Berührung des Schutzbereichs durch Informationspflichten ... 142
(c) Zwang seitens des Plattformbetreibers zur Identifikation der Nutzer ... 145
(3) Im Wesentlichen technische „Hilfstätigkeiten" ... 145
(4) Fazit ... 146
cc) Art der Grundrechtsbetroffenheit ... 146
4. Berufsfreiheit ... 150
a) Schutzbereich ... 150
b) Eingriff ... 152
c) Fazit ... 154

III. Schrankenregelungen ... 155
1. Art. 2 Abs. 1 GG ... 155
2. Art. 5 Abs. 2 GG ... 155
3. Art. 12 Abs. 1 Satz 2 GG ... 156

IV. Grundrechtlicher Konfliktausgleich ... 157
1. Legitimität der verfolgten Zwecke ... 158
a) Rechtsverfolgung ... 158
aa) Persönlichkeitsrechte ... 159
bb) Immaterialgüterrechte ... 160
cc) Rechte aus elektronisch geschlossenen Verträgen ... 160
dd) Schutz der Rechtsordnung ... 160
b) Transparenz im elektronischen Geschäftsverkehr ... 161
c) Transparenz im Kommunikationsprozess ... 162
d) Verhinderung von Rechtsverstößen ... 164
2. Geeignetheit ... 165
3. Erforderlichkeit ... 166
a) Rechtsverfolgung ... 167
aa) Verzicht auf Informationspflicht aufgrund vorhandener Anknüpfungspunkte für Rechtsverfolgung ... 167
bb) Schaffung alternativer Anknüpfungspunkte für Rechtsverfolgung ... 169
b) Transparenz im elektronischen Geschäftsverkehr ... 172
c) Transparenz im Kommunikationsprozess ... 173
d) Vorbeugung vor Rechtsverstößen ... 174
e) Fazit ... 174
4. Angemessenheit ... 174
a) Staatliche Schutzaufgaben zu Gunsten betroffener Grundrechte ... 174
b) Gewichtung der mit Informationspflichten verfolgten Interessen ... 179
aa) Materielle Ebene ... 179

(1) Besondere Gefahren anonymer und pseudonymer Kommunikation ... 179
(2) Geringere Glaubwürdigkeit und/oder geringeres Gewicht anonymer oder pseudonymer, privater Kommunikation ... 181
(3) Wirkungsintensität und Reichweite des verwendeten Mediums ... 183
bb) Prozedurale Ebene: Informationspflichten als Durchsetzungsinstrument ... 185
(1) Alternative Rechtsschutzmöglichkeiten ... 185
(2) Gegenschlagsmöglichkeit ... 186
(3) Selbstregulierungspotenzial bestimmter Teilöffentlichkeiten ... 187
cc) Fazit ... 187
c) Allgemeines Persönlichkeitsrecht der Telemedienanbieter ... 188
aa) Die Sozialbezogenheit der Persönlichkeit als Grenze eines Rechts auf anonyme Selbstdarstellung ... 188
bb) Strukturierungsleistung der Sphärentheorie ... 190
cc) Die einzelnen Sphären ... 191
(1) Intimsphäre ... 192
(2) Privatsphäre ... 194
(3) Sozialsphäre und Öffentlichkeitssphäre ... 195
(4) „Gemischte" Inhalte ... 196
dd) Fazit ... 197
d) Meinungsfreiheit der Telemedienanbieter ... 197
aa) Beiträge zur Meinungsbildung ... 197
(1) Zweck der Meinungsäußerung ... 197
(2) Geringere Bedeutung von Kommunikation ohne erkennbaren Verfasser ... 202
bb) Intensität der Beeinträchtigung ... 204
(1) Geringere Intensität aufgrund der (besonderen) Form einer Äußerung als Anknüpfungspunkt? ... 205
(2) Geringe Eingriffsintensität aufgrund hoher Bereitschaft zur Offenbarung persönlicher Informationen? ... 205
cc) Informationspflichten als äußerungsunterdrückende Faktoren: „Chilling Effects" ... 206
(1) Aufgrund der Informationspflichten ... 209
(a) (Grundsätzliche) Unterscheidung anhand der betroffenen Persönlichkeitssphären ... 210
(b) Angst vor rechtlicher Verfolgung ... 210
(c) Informationen im Zusammenhang mit wirtschaftlicher Tätigkeit ... 211
(d) Informationen im Zusammenhang mit Ausbildungsverhältnissen ... 213

(e) Für die körperliche und soziale Integrität potenziell schädliche Meinungen ... 214
(f) Abweichende Meinungen ... 216
(2) Aufgrund unsicherer Rechtslage ... 217
dd) Fazit ... 217
e) Rundfunkfreiheit ... 218
aa) Wertigkeit des Schutzgutes ... 218
(1) Besonderer Schutz von Publizistik ... 218
(2) Für Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG relevante Merkmale nicht-publizistischer UGC-Angebote ... 220
bb) Intensität des Eingriffs durch Informationspflichten ... 224
f) Berufsfreiheit ... 225
5. Fazit und Abwägungsleitlinien ... 226

D. Die Tatbestandsvoraussetzungen der §§ 5 TMG, 55 RStV ... 228

I. Vorprägung der Tatbestandsvoraussetzungen durch Art. 5 Abs. 1 ECRL 228

II. Anbieter von Telemedien ... 229
1. Anbieter als Telemedien zur Nutzung bereit Haltender ... 229
a) Grundsatz: (Technische) Kontrollmöglichkeit über Löschung ... 230
b) Speichern auf im Anbietereigentum stehenden Servern? ... 230
c) Rechtliche Befugnis über Speicherungsmöglichkeit? ... 231
d) Kausale, willentliche Mitwirkung an der Bereitstellung ... 232
e) Anbieter- bei gleichzeitiger Nutzereigenschaft ... 232
f) Notwendige Urheberschaft an veröffentlichten Inhalten? ... 235
g) Selbstständigkeit der Zugriffsmöglichkeit ... 235
h) Fazit ... 236
2. Bezugspunkt der Anbieterschaft: Telemedien ... 236
a) Negative Tatbestandsmerkmale ... 236
aa) Rundfunk ... 236
(1) Positive Merkmale ... 237
(2) Negative Merkmale ... 239
(3) Fazit ... 240
bb) Telekommunikation ... 241
b) Positive Definition: elektronischer Informations- und Kommunikationsdienst ... 241
aa) Information und Kommunikation als Gegenstand des Dienstes ... 241
bb) Diensteigenschaft ... 242
(1) Speziell: Abgrenzung in Plattformkonstellationen ... 242
(2) Auslegungsdeterminanten ... 244
(a) Wortlaut ... 244
(b) Systematik ... 245

(c) Entstehungsgeschichte 246
(d) Telos 247
(3) Nicht tragfähige Kriterien 249
(a) Interaktivität für den Nutzer; (vor-)vertragliches Verhältnis 249
(b) Dienstleistung im Sinne von Entgeltlichkeit 250
(c) Nicht direkt aufrufbare Information 250
(d) Formale Begrenzung auf Domain oder Website 251
(e) Materielle Abgrenzung, insbesondere Abstellen auf eine „Webpräsenz" 252
(4) Definition 253
(a) Anbieterschaft als Ausgangspunkt 253
(b) Zusätzliches Element: „Eigenständigkeit" 255
(aa) Grundsatz: Im Zweifel Dienstcharakter 257
(bb) Isolierbarkeit 257
(cc) Dienst als eigenständig nutzbare Informations- und Kommunikationseinheit 258
(dd) Dienst als Organisationsstrukturelement 260
(ee) Kommunikative Eigenständigkeit 261
cc) Elektronisch 263
dd) Fazit: Definition des Telemediums 263

III. Geschäftsmäßigkeit 265
1. Geschäftsmäßigkeit als eigenständiges Tatbestandsmerkmal 265
2. Definition der Geschäftsmäßigkeit 266
a) Auslegungsdeterminanten 267
aa) Wortlaut 267
bb) Systematik 267
(1) Verständnis von Entgeltlichkeit in anderen Gesetzen 267
(2) Privilegierung von persönlichen oder familiären Zwecken dienenden Diensten 268
cc) Entstehungsgeschichte 269
dd) Sinn und Zweck 269
b) Entwicklung einer Definition 270
aa) Nachhaltigkeit 271
bb) Nicht ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienend 272
3. Anwendung auf UGC-Sachverhalte 272
4. Fazit 274

IV. Entgeltlichkeit 275
1. Wortlaut 275
a) Entgeltlichkeit 275
aa) Entgelt als Gegenleistung 275
bb) Bezugspunkt des Entgelts: Leistung 276

cc) Entgelt Entrichtender ... 276
b) In der Regel ... 277
c) Fazit ... 277
2. Entstehungsgeschichte ... 277
a) Verweis auf ECRL ... 278
b) Ausschluss von Diensten „ohne Hintergrund einer Wirtschaftstätigkeit“ ... 279
c) Verständnis von „in der Regel“ ... 279
d) Vorbilder für die Anbieterkennzeichnung im Handelsrecht ... 280
e) Unterschiede in der Aufteilung der Regelungsgegenstände zwischen TMG und RStV ... 280
f) Fazit ... 281
3. Systematik ... 281
a) Die Beziehung zwischen Nutzer und Anbieter ... 281
b) Verständnis in der ECRL und richtlinienkonforme Auslegung ... 282
aa) Wortlaut ... 282
bb) Systematik ... 283
cc) Wille des Richtliniengebers ... 285
(1) Erwägungsgründe als Erkenntnisquelle ... 285
(2) Dienstleistungsfreiheit im AEUV ... 287
(a) Wortlaut des Art. 57 AEUV ... 287
(b) Verweis auf Rechtsprechung des EuGH ... 288
(c) Wirtschaftliche Gegenleistung ... 288
(d) „in der Regel“ ... 289
(e) Gewinnerzielungsabsicht ... 291
(f) Fazit ... 291
(3) Vermutung für möglichst weitgehende Interpretation ... 292
dd) Ziele der Richtlinie ... 293
ee) Fazit ... 295
c) Verständnis von Entgeltlichkeit im Urheberrecht ... 296
d) Merkmale zur Beschreibung wirtschaftlicher Tätigkeit ... 296
aa) Verständnis im Telekommunikationsrecht ... 297
bb) Personenbeförderungsrecht ... 297
cc) Sonstige Rechtsgebiete ... 298
e) Fazit ... 298
4. Telos ... 299
a) Ziele des § 5 TMG ... 299
aa) Anknüpfungspunkt für Rechtsverfolgung im Streitfall ... 299
bb) Verbraucherschutz ... 300
cc) Transparenz von geschäftsmäßig erbrachten Telemedien ... 300
dd) Mit speziellen einzelnen Angaben verfolgte Ziele ... 301
b) Auf selbstständige wirtschaftliche Tätigkeit ausgerichtete Rechtsfolgen ... 302
5. Entwicklung einer Definition ... 303

a) Eigenständige Bedeutung der Tatbestandsmerkmale statt alleiniges Abstellen auf „wirtschaftlichen Hintergrund“ 303
b) Wirtschaftlicher Hintergrund eines Dienstes im Sinne von Gewinnerzielungsabsicht als notwendiges Kriterium? 304
c) Bedeutung des Teilmerkmals „gegen Entgelt“ 306
aa) Freiwilligkeit der Entgeltentrichtung 306
bb) Art der Gegenleistung 308
cc) Person des Entgelterbringers 309
dd) Bezugspunkt der Entgeltleistung 309
(1) Entgeltzahlung für Erbringung des Telemediums selbst 309
(2) Entgeltzahlung im Zusammenhang mit einem Telemedium 310
(3) Entgeltzahlung bei Drittfinanzierung 311
(4) Entgeltempfänger 312
d) Bedeutung des Teilmerkmals „in der Regel“ 313
aa) Dienstetypbezogene Sichtweise 313
bb) Auf konkret angebotenen Dienst bezogene Sichtweise 315
6. Fazit 316

V. Persönlichen oder familiären Zwecken dienende Telemedien 317
1. Auslegungsdeterminanten 317
a) Wortlaut 317
b) Entstehungsgeschichte 319
aa) Rechtslage vor 2007 319
bb) Gesetzgebungsmaterialien zum neunten Rundfunkänderungsstaatsvertrag 320
c) Systematik 321
aa) Verfassungsrecht 321
(1) Art. 6 Abs. 1 GG 322
(2) Art. 2 Abs. 1 i. V. m. Art. 1 Abs. 1 GG 322
(3) Art. 5 Abs. 1 GG 325
(4) Entgegenstehende Rechte 327
bb) Datenschutzrecht 327
cc) Regelungen zur Privatkopie im Urheberrecht 331
dd) „Harmlose“ Druckwerke im Presserecht 332
ee) Zwölfter Rundfunkänderungsstaatsvertrag 333
d) Telos 334
2. Bewertung der Ergebnisse 335
a) Nutzerkreis 335
aa) Beschaffenheit des Nutzerkreises 335
bb) Technische Begrenzung der Wahrnehmbarkeit 336
cc) Ausschluss der Privilegierung bei fehlender technischer Begrenzung? 337
b) Adressatenkreis 338

c) Inhalt ... 339
d) Funktionaler Kontext ... 340
3. Fazit ... 342

VI. Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten ... 343
1. Wortlaut ... 343
a) Anbieter von Telemedien mit Angeboten ... 343
b) Journalistisch-redaktionelle Gestaltung ... 343
c) Regelbeispiel der Wiedergabe von Inhalten periodischer Druckerzeugnisse ... 345
d) Wegfall der Periodizität als eigenständiges Tatbestandsmerkmal ... 346
2. Bisherige Auslegungsvorschläge ... 346
a) Journalistisch-redaktionelle Gestaltung verstanden als Äquivalent des Mediendienstes unter Heranziehung von § 2 Abs. 2 Nr. 2 TDG ... 347
b) Besondere Relevanz für die Meinungsbildung ... 350
c) Presserechtliche Auslegung: Ausschluss „harmloser" Dienste ... 350
d) Schöpferische Leistung ... 352
3. Auslegungsdeterminanten ... 353
a) Gesetzgebungsgeschichte ... 353
b) Systematik und Teleologie des Tatbestandsmerkmals ... 355
aa) Einheitliche vs. konkret funktionsbezogene Auslegung ... 355
bb) Besondere Verpflichtungen ... 357
(1) Gegendarstellungsrecht ... 358
(2) Journalistische Standards ... 360
(3) Pflicht zur Benennung eines Verantwortlichen ... 362
cc) Besondere Privilegien ... 363
(1) Auskunftsanspruch ... 363
(2) Zeugnisverweigerungsrecht, Schutz vor Beschlagnahme ... 365
(3) Schutz vor Sperrung ... 366
(4) Datenschutzrecht ... 366
4. Funktionserwartung der Nutzer als ausschlaggebendes Merkmal ... 372
a) Besondere Funktionen von Journalismus und Redaktionellem ... 372
b) Erwartung der Rezipienten als Anknüpfungspunkt ... 375
5. Kriterien für Feststellung der Funktionserwartung ... 378
a) Regelbeispiel der Wiedergabe periodischer Druckerzeugnisse ... 379
b) Aktualität und Periodizität ... 381
c) Publizität ... 384
d) Universalität ... 386
e) Orientierung an Faktizität ... 387
f) Neutrale Beobachtung vs. Vertreten von Partikularinteressen ... 389
g) Typische journalistisch-redaktionelle Darstellungsformen ... 393
h) Redaktionelle oder vergleichbare Strukturen ... 394

i) Strukturierung 396
6. Fazit 396

VII. Verhältnis der Vorschriften zueinander 399
1. Persönliche oder familiäre Zwecke vs. journalistisch-redaktionelle Gestaltung 399
2. Persönliche oder familiäre Zwecke vs. geschäftsmäßig, in der Regel entgeltlich 399
3. In der Regel entgeltlich vs. journalistisch-redaktionelle Gestaltung .. 400
4. „Zusätzlich zu den Angaben nach den §§ 5 und 6 des Telemediengesetzes" in § 55 Abs. 2 Satz 1 RStV 400

E. Ausblick 403

F. Zusammenfassung 406

I. Untersuchungsgegenstand und Erkenntnisinteressen 406

II. Die Informationspflichten der §§ 5 Abs. 1 TMG, 55 Abs. 1 und 2 RStV . 407

III. Grundrechtlicher Rahmen der Informationspflichten 407

IV. Die Tatbestandsvoraussetzungen der Informationspflichten 410
1. Vorprägung der Tatbestandsvoraussetzungen durch Art. 5 Abs. 1 ECRL 410
2. Anbieter von Telemedien 410
3. Geschäftsmäßige Erbringung 411
4. In der Regel entgeltliche Erbringung 412
5. Persönlichen oder familiären Zwecken dienend 412
6. Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten ... 413
7. Verhältnis der Vorschriften zueinander 414

Literaturverzeichnis 416